

ГОУ «Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко»

Экономический факультет

Кафедра экономической теории и мировой экономики

СОГЛАСОВАНО

Директор физико-технического института,
доцент

 Д.Н. Калошин

« 12 » _____ 2023 г.



УТВЕРЖДАЮ

Декан экономического факультета,
к.т.н., доцент

 Узун И.Н.

« 09 » _____ 2023 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине

«МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИЙ»

на 2023 / 2024 учебный год

направление подготовки:

11.03.02 «Инфокоммуникационные технологии и системы связи»

профиль подготовки:

«Оптические системы и сети связи»

квалификация выпускника

Бакалавр

Форма обучения:

очная

Год набора 2020

Тирасполь 2023 г.

Рабочая программа дисциплины Б1.В.15 «Маркетинг в отрасли телекоммуникаций» разработана в соответствии с требованиями Государственного образовательного стандарта ВО по направлению подготовки **11.03.02 «Инфокоммуникационные технологии и системы связи»** и основной профессиональной образовательной программы (учебного плана) по профилю подготовки «Оптические системы и сети связи».

Составитель рабочей программы

Доцент, к.э.н.

(должность, учебное звание, степень)



Дорофеева Л.В.

(Ф.И.О.)

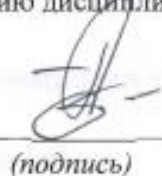
Рабочая программа утверждена на заседании кафедры *Экономической теории и мировой экономики*

«01» 09 2023 г.
(дата)

протокол № 1
(номер протокола)

Зав. кафедрой, отвечающей за реализацию дисциплины экономической теории и мировой экономики

«01» 09 2023 г.
(дата)


(подпись)

Сенокосова Л.Г., д.э.н. профессор

Зав. вып. каф. фундаментальной физики,
электроники и систем связи



Берил С.И., д.ф-м.н., профессор

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Целью изучения курса «Маркетинг в отрасли телекоммуникаций» является формирование у студентов чёткого представления о формах и методах маркетинговой деятельности на предприятиях инфокоммуникационной отрасли, навыков получения и использования маркетинговой информации для эффективного решения проблем управления спросом на услуги связи и передачи данных.

В ходе изучения дисциплины ставятся следующие задачи:

- изучение состояния и тенденции развития рынка телекоммуникаций;
- получение навыков в разработке стратегии маркетинга для предприятий отрасли связи;
- овладение методики маркетинговых исследований на рынке связей;
- изучение элементов комплекса маркетинга и управления ими на предприятии в сфере телекоммуникаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Настоящая дисциплина относится к вариативной части ОПОП: Б1.В.15 по направлению подготовки **11.03.02 «Инфокоммуникационные технологии и системы связи»**, профиль подготовки «Оптические системы и сети связи».

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, полученных в процессе изучения таких дисциплин как философия, экономика, которые способствуют формированию у студентов понимания основных категорий, необходимых для изучения поведения и мотивации покупателей на различных рынках.

Основные положения дисциплины могут быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплины «Производственный менеджмент».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
	ПК-7 Способен к составлению аналитических отчетов на основе сбора, аналитического и численного исследования и построения прогнозов по продажам инфокоммуникационных систем и/или их составляющих	ИД-1ПК-7 Знает основы инфокоммуникационных технологий и способы поиска информации по продажам инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-2ПК-7 Знает назначение и правила работы в соответствующих компьютерных программах и базах данных, их основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем и/или их составляющих. ИД-3ПК-7 Умеет применять системы управления взаимоотношениями с

		клиентами при подготовке аналитических отчетов по продажам инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-4ПК-7 Осуществлять поиск и обработку информации по продажам инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-5ПК-7 Владеет навыками сбора, аналитического и численного исследования информации по продажам инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-6ПК-7 Владеет навыками построения прогнозов по продажам инфокоммуникационных систем и/или их составляющих по результатам проведенных исследований ИД-7ПК-7 Владеет навыками составления (подготовки) и проведения презентаций о продажах инфокоммуникационных систем и/или их составляющих
	ПК-19 Способен к организационно-управленческой работе с малыми коллективами исполнителей на техническую поддержку инфокоммуникационных систем и/или их составляющих	ИД-1ПК-19 Знает основы психологии, менеджмента, этику делового общения ИД-2ПК-19 Знает законодательные акты, нормативные и методические материалы по вопросам, связанным с технической поддержкой инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-3ПК-19 Умеет анализировать результаты и управлять деятельностью производственных подразделений с целью повышения эффективности их работы ИД-4ПК-19 Владеет навыками критического восприятия информации, координации деятельности специалистов и пользователей инфокоммуникационных систем и /или их составляющих

		ИД-5ПК-19 Владеет программным обеспечением для регистрации и обработки заявок на техническую поддержку инфокоммуникационных систем и/или их составляющих
	ПК-20 Способен к устранению, по обращениям клиентов, возникших проблем при установке и эксплуатации аппаратного, программного и программно-аппаратного обеспечения инфокоммуникационных систем и/или их составляющих	ИД-1ПК-20 Знает локальные правовые акты, действующие в организации, Требования охраны труда ИД-2ПК-20 Умеет вести техническую документацию по объектам инфокоммуникационной системы, контролировать наличие и движение аппаратных, программно-аппаратных и программных средств ИД-3ПК-20 Умеет готовить материалы для выработки рекомендаций по координации работ по выполнению заявок на техническую поддержку инфокоммуникационных систем и/или их составляющих соответствующими подразделениями организации ИД-4ПК-20 Умеет обрабатывать информацию с использованием автоматизированных технических средств ИД-5ПК-20 Владеет навыками консультирования клиентов по согласованному с соответствующими структурными подразделениями организации-поставщика срокам проведения работ по монтажу, пуску и наладке аппаратного программного, и программно-аппаратного обеспечения инфокоммуникационных систем и/или их составляющих
	ПК-21 Способен к проведению регламентных работ на сетевых устройствах и программном обеспечении с целью модернизации и восстановления сетевой	ИД-1ПК-21 Знает общие принципы функционирования сетевых аппаратных средств, архитектуру сетевых аппаратных средств ИД-2ПК-21 Умеет применять современные и технологии для составления регламентов резервного копирования

	инфокоммуникационной системы	программного обеспечения сетевой инфокоммуникационной системы ИД-3ПК-21 Владеет навыками разработки краткосрочных и долгосрочных планов модернизации и восстановления сетевых устройств ИД-4ПК-21 Владеет навыками сбора и анализа данных о потребностях пользователей сетевой инфокоммуникационной системы
	ПК-22 Способен к подготовке коммерческих предложений, документации, поиску потенциальных клиентов для продажи инфокоммуникационных систем и/или их составляющих, в том числе для торгов, проводящихся по различной форме, запросов предложений от клиентов	ИД-1ПК-22 Знает основные технические характеристики, преимущества и недостатки продукции мировых и российских производителей инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-2ПК-22 Знает основы психологии, делового этикета, правила ведения деловых переговоров и переписки с клиентами и партнерами ИД-3ПК-22 Знает нормативные акты, регулирующие правила продажи товаров организациям различных форм собственности ИД-4ПК-22 Умеет работать с базами данных клиентов / с системой управления взаимоотношениями с клиентами ИД-5ПК-22 Умеет составлять отчетность по продажам инфокоммуникационных систем и/или их составляющих, в том числе по конкурсным торгам, аукционам, запросам предложений от клиентов ИД-6ПК-22 Владеет навыками ведения переговоров о продаже и сопровождении инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-7ПК-22 Владеет навыками подготовки коммерческих предложений по продаже инфокоммуникационных систем и/или их составляющих
	ПК-23 Способен к контролю комплектации и	ИД-1ПК-23 Знает поисковые компьютерные программы и правила работы в них; назначение и правила

	проведению консультаций по использованию и возможностям инфокоммуникационных систем и/или их составляющих при продаже и документарное сопровождение	использования компьютерного и офисного оборудования ИД-2ПК-23 Умеет работать с базами данных типовых предложений по продаже инфокоммуникационных систем и/или их составляющих; ИД-3ПК-23 Умеет осуществлять поиск информации о потенциальных комплексных проектах по продаже инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-4ПК-23 Умеет управлять сотрудниками структурных подразделений, вовлеченными в проект по продаже и сопровождению инфокоммуникационных систем и/или их составляющих ИД-5ПК-23 Владеет навыками первичной бухгалтерской документации, правилами ее составления и оформления, инструкциями по подготовке обработке и хранению отчетных материалов, составления плана продаж инфокоммуникационных систем и/или их составляющих.
--	--	---

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

Семестр	Количество часов					Форма итогового контроля
	Трудоемкость З.е./часы	В том числе				
		аудиторных			Самостоят работа	
		Всего	Лекции	Практич. занятия		
7	3/108	36	18	18	72	зачет с оц.
ИТОГО	3/108	36	18	18	72	зачет с оц.

4.2 Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины:

№ Раздела	Наименование разделов	Количество разделов			
		Всего	Аудиторная работа		Внеауд. Работа (СР)
			Л	ПЗ	
1	Маркетинг - современная концепция управления предприятием	108	18	18	72
	Всего:	108	18	18	72

ЛЕКЦИИ

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем Часов	Тема лекции	Учебно-наглядные пособия
1	1	2	Развитие инфокоммуникаций и возрастание роли маркетинга в управлении инфокоммуникационной компанией	Схема
2	1	2	Концепция маркетинга в инфокоммуникациях	Таблица
3	1	2	Методология маркетинговых исследований инфокоммуникационного рынка	Схема
4	1	2	Сегментация рынка. Исследование спроса в инфокоммуникациях	Схема
5	1	2	Диагностика конкурентной среды операторской компании	Таблица
6	1	2	Продуктовая и тарифная политика компании на рынке инфокоммуникационных услуг	Схема
7	1	2	Организация продаж и маркетинговые коммуникации	Схема
8	1	2	Маркетинговое планирование в инфокоммуникациях	Схема
9	1	2	Организационное обеспечение маркетинговой деятельности компании	Схема
Итого		18		

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Номер раздела дисциплины	Объем Часов	Тема практического занятия	Учебно-наглядные пособия
1	1	2	Развитие инфокоммуникаций и возрастание роли маркетинга в управлении инфокоммуникационной компанией	Схема
2	1	2	Концепция маркетинга в инфокоммуникациях	Таблица
3	1	2	Методология маркетинговых исследований инфокоммуникационного рынка	Схема
4	1	2	Сегментация рынка. исследование спроса в инфокоммуникациях	Схема

5	1	2	Диагностика конкурентной среды операторской компании	Таблица
6	1	2	Продуктовая и тарифная политика компании на рынке инфокоммуникационных услуг	Схема
7	1	2	Организация продаж и маркетинговые коммуникации	Схема
8	1	2	Маркетинговое планирование в инфокоммуникациях	Схема
9	1	2	Организационное обеспечение маркетинговой деятельности компании	Схема
Итого		18		

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах) Оч
Раздел 1	1	Развитие инфокоммуникаций и возрастание роли маркетинга в управлении инфокоммуникационной компанией СРС-1, СРС-2	8
	2	Концепция маркетинга в инфокоммуникациях СРС-1, СРС-2, СРС-3.	8
	3	Методология маркетинговых исследований инфокоммуникационного рынка СРС-1, СРС-4.	8
	4	Сегментация рынка. исследование спроса в инфокоммуникациях СРС-1, СРС-2	8
	5	Диагностика конкурентной среды операторской компании СРС-1, СРС-2	8
	6	Продуктовая и тарифная политика компании на рынке инфокоммуникационных услуг СРС-1, СРС-2, СРС-4	8
	7	Организация продаж и маркетинговые коммуникации СРС-1, СРС-3	8
	8	Маркетинговое планирование в инфокоммуникациях СРС-1, СРС-4	8
	9	Организационное обеспечение маркетинговой деятельности компании СРС-1, СРС-2, СРС-4	8
		Итого:	72

Виды самостоятельной работы:

СРС 1 – проработка и повторение лекционного материала, изучение основной и дополнительной литературы;

СРС 2 – подготовка к научной дискуссии на семинарском занятии;

СРС 3 – письменное домашнее задание;

СРС 4 – реферат.

5. Примерная тематика курсовых проектов (работ):

Выполнение курсовых проектов (работ) – не предусмотрено

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Обеспеченность обучающихся учебниками, учебными пособиями

№ п/п	Наименование учебника, учебного пособия	Автор	Год изд.	К-во экз.	Электр онная версия	Место размещения электронной версии
Основная литература						
1.	Маркетинг в телекоммуникациях.	Резникова Н.П.	2002		+	https://www.livelib.ru/book/1000198471-marketing-v-telekommunikatsiyah-reznikova-n-p
2.	Основы маркетинга в телекоммуникациях	Голубицкая Е.А., Кухаренко Е.Г.	2005		+	https://altairbook.com/books/2368455-osnovy-marketinga-v-telekommunikatsiyah-uchebnoe-posobie-dlya-vuzov.html
3.	Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций.	Резникова Н.П., Кухаренко Е.Г.	2013		+	https://www.studentlibrary.ru
4	Маркетинг в отрасли инфокоммуникаций	Дорофеева Л.В., Узун И.Н.	2021		+	Образовательный портал ПГУ им. Т.Г. Шевченко moodle.spsu.ru
Дополнительная литература						
5.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Алексунин В.А.	2005		+	http://window.edu.ru/catalog/pdf2txt/785/71785/49053?p_page=23
6.	Основы маркетинга	Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.	2012		+	http://www.management.com.ua/books/view-books.php?id=4
7.	Маркетинг сервисных услуг	Кулибанов В.В.	2006		+	https://altairbook.com/books/975088500-marketing-servisnyh-uslug.html
8.	Отраслевой маркетинг	Мхитарян С.В.	2006		+	https://laws.studio/marketinga-osnovyi/otraslevoy-marketing-mhitaryan.html
9.	Маркетинг в отраслях и сферах деятельности	Нагапетьянц Н.А.	2006		+	https://znanium.com/catalog/document?id=372293
10	Инфокоммуникационный бизнес: управление, технологии, маркетинг	Разроев Э.	2003		+	https://www.prodalit.ru/tov/products-16641
Итого по дисциплине: % печатных изданий; % электронных 100						

6.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

1. www.minsvyaz.ru Официальный сайт Министерства информационных технологий и связи.
2. www.sotovik.ru Информационный сайт, посвященный телекоммуникациям: обзоры рынка, новости операторов.
3. www.telecomru.ru Экспертный портал «Телекоммуникации России»- независимое сетевое СМИ.
4. www.comnews.ru Новости рынка телекоммуникаций России и СНГ.
5. www.mobail-review.com Сайт, посвященный мобильным устройствам и технологиям, новостям операторов связи, рекламным акциям.
6. www.marketing.spb.ru Энциклопедия маркетинга.
7. www.4p.ru Маркетинг-журнал: новости маркетинга, статьи по теории и практике маркетинга, публикации результатов маркетинговых исследований.
8. www.adme.ru Ежедневное Интернет-издание о рекламе. Творчество в рекламе: креатив, стратегии, медиа.
9. www.gks.ru Официальный сайт Федеральной службы Государственной статистики.
10. www.sostav.ru Маркетинг. Реклама PR.Новости, статьи и аналитика рынка рекламы и маркетинга. Маркетинговые исследования. СМИ о рекламе.
11. www.salespo.ru Журнал об управлении продажами.
12. www.dis.ru Сайт издательской группы «Дело и сервис». Электронные версии статей журнала «Маркетинг в России и за рубежом».
13. www.sf-online.ru Журнал «Секрет фирмы» (электронная версия): технологии успешного бизнеса, красивые идеи, оригинальные решения, актуальные проблемы бизнеса и пути их решения.
14. Электронная библиотека E-library <http://www.library.ru>, <http://www.elibrary.ru>
15. Электронная библиотека «Консультант студента» www.studmedlib.ru

6.3. Методические указания и материалы по видам занятий

1. Правила оформления письменных работ: Методические указания / Сост. И.Н. Узун. – Тирасполь: кафедральное издание ПГУ, 2021. – 47 с.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для материально-технического обеспечения дисциплины «Маркетинг в отрасли телекоммуникаций» необходимы следующие средства:

- компьютерные классы и доступ к Интернет-сети;
- проектор, совмещенный с ноутбуком, для презентации материалов.

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Изучение дисциплины предполагает проведение лекционных занятий в соответствии с тематическим планом. На лекциях излагаются основные теоретические положения и концепции курса, дающие обучающимся информацию, соответствующую программе.

Закрепление полученных теоретических знаний и развитие у обучающихся навыков к применению теоретических положений к решению практических проблем осуществляется на практических занятиях, которые предполагают использование традиционных (обсуждение докладов, проведение миниконференций) и интерактивных форм (организация научных дискуссий и «круглых столов», решение ситуационных задач, проведение ролевых и деловых игр). Форма проведения практических занятий выбирается преподавателем.

Значительный объем учебной нагрузки обучающегося приходится на самостоятельную работу, которая заключается в подготовке к практическим занятиям и освоении теоретического материала, выходящего за пределы лекций. Итогом правильной

организации самостоятельной работы обучающегося является получение эффективного результата. В процессе подготовки к семинарским занятиям, контрольной работе, к зачёту обучающийся должен уделить достаточно времени работе с источниками и литературой. При необходимости во время индивидуальных консультаций обучающийся может получить квалифицированную помощь преподавателя по организации самостоятельной работы. Обучающийся должен опираться на экономико-математический инструментарий, структурно-логические связи и другие методы научного исследования.

В учебном процессе используются как классические учебники, так и новейшая отечественная и зарубежная учебная и научная литература.

Для выполнения самостоятельных работ обучающийся должен иметь навыки работы со следующими программными средствами:

- офисный пакет приложений *Microsoft Office*, в том числе: текстовый процессор *Word*, табличный процессор *Excel*, приложение для подготовки презентаций *PowerPoint*;
- редактор математических формул *MathType*;
- программа для просмотра и печати документов в формате PDF *Adobe Reader*;
- графический редактор для построения графиков *Advanced Grapher*.

Рабочая программа дисциплины «Маркетинг в отрасли телекоммуникаций» составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования и учебного плана подготовки бакалавров по данной специальности.

9. Технологическая карта дисциплины

Курс 4 группа ФМ20ДР62ФТ (411)

Дисциплина «Маркетинг в отрасли телекоммуникаций»

семестр 7, 2023-2024 учебный год

Преподаватель, ведущий практические занятия – доц. Л.В. Дорофеева

Кафедра фундаментальной физики, электроники и систем связи

Се- местр	Количество часов						Форма итогового контроля
	Трудоем- кость, з.е./часы	В том числе					
		Аудиторных				Сам. работа	
		Всего	Лекций	Лаб. раб.	Практ. занятия		
7	3/108	36	18	-	18	72	зачет с оценкой

Форма текущей аттестации	Расшифровка	Минималь- ное количество баллов	Максималь- ное количество баллов
Работа на практических занятиях	Рассчитывается согласно прилож. 1	0	60
Письменная контрольная работа	Не более 10 баллов за семестр	0	10
Итого количество баллов по текущей аттестации		45	70
Промежуточная аттестация	Зачет с оценкой	10	30
Итого по дисциплине		55	100

**Начисление баллов по рейтингу текущей успеваемости
на практических занятиях**

Средняя оценка полученных оценок на занятиях	Начисляемые баллы
3	6 баллов
3,5	7 баллов
4	8 баллов
4,5	9 баллов
5	10 баллов

В случае посещения обучающимся менее чем 85% практических занятий, предусмотренных учебной программой по дисциплине, для получения рейтингового балла, начисляемого по данному критерию, обучающийся обязан отработать, пропущенные по уважительной или по неуважительной причине занятия в течение семестра в установленном порядке.